

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan lebih lanjut mengenai pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan penulis. Dimulai dari gambaran umum objek penelitian, desain penelitian, metode penelitian, ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, metode pengumpulan data, metode *structural equation Modeling* (SEM) dan tabel definisi operasional.

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

PT XYZ adalah perusahaan pembiayaan mobil dan alat berat. Sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 29/POJK.05/2014 PT XYZ melakukan perluasan usaha di bidang Pembiayaan Investasi, Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Multiguna dan Sewa Operasi (*Operating Lease*), baik dengan skema konvensional maupun syariah. PT XYZ berdiri pada 15 Juli 1982 didirikan guna mendukung bisnis otomotif perusahaan induknya. Jaringan PT XYZ tersebar di hampir seluruh kota besar di Indonesia. Saat ini PT XYZ memiliki 75 kantor cabang yang tersebar di 59 kota di Indonesia, dan akan terus bertambah .

PT XYZ dan perusahaan asosiasinya sejak tahun 1994 mengembangkan merek untuk mendukung usahanya dengan berkomitmen penuh untuk meningkatkan layanan pada masyarakat. PT XYZ selalu mempertahankan reputasinya sebagai perusahaan pembiayaan terkemuka di Indonesia. Saat krisis ekonomi melanda Indonesia di tahun 1998, perusahaan dapat melewati krisis ini

dengan baik. Termasuk juga dapat melunasi pinjaman sindikasi pada tahun 1999, tanpa restrukturisasi perusahaan.

Pada tahun 2000, PT XYZ mulai melakukan penerbitan obligasi dengan rating A- dari PT Pemeringkat Efek Indonesia. Saat ini PT XYZ telah meraih peringkat AAA (idn) Stable Outlook dari PT Fitch Ratings Indonesia dan peringkat idAAA dari PT Pemeringkat Efek Indonesia. PT XYZ sebagai perusahaan pembiayaan terbesar dan terkemuka di Indonesia, selalu membayarkan nilai pokok hutang dan bunga tepat pada waktunya.

Berdasarkan data dari Laporan Keuangan Tahunan PT XYZ Tahun 2018, tercatat Pembiayaan konsumen membukukan jumlah pendapatan usaha sebesar Rp4.162 miliar pada tahun 2018, mengalami sedikit penurunan sebesar Rp158 miliar atau 4% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp4.336 miliar. Jumlah beban pembiayaan konsumen mengalami penurunan sebesar 1% dari sebesar Rp956 miliar pada tahun 2017 menjadi Rp942 miliar pada tahun 2018. Dengan demikian, segmen pembiayaan bersih membukukan laba bersih sebesar Rp3.220 miliar, mengalami sedikit penurunan sebesar 5% dibandingkan Rp3.380 miliar yang dibukukan tahun 2017.

### **3.1.1 Kegiatan Usaha**

Sesuai dengan Anggaran Dasar dan ijin yang dimiliki, Perseroan dapat melakukan kegiatan jasa pembiayaan yang meliputi: pembiayaan konsumen, sewa guna usaha, anjak piutang dan kartu kredit. Kegiatan usaha Perseroan bergerak

dalam bidang pembiayaan konsumen, sewa guna usaha dan pembiayaan konsumen berdasarkan prinsip syariah.

Terdapat lima produk dan jasa dari PT XYZ yaitu pembiayaan mobil bekas, pembiayaan mobil baru, pembiayaan syariah, pembiayaan alat berat, dan pembiayaan multiguna. PT XYZ menawarkan kemudahan bagi pelanggan untuk memiliki kendaraan baru, kendaraan bekas, pembiayaan untuk komersial dan bisnis, pembiayaan syariah, serta pembiayaan multiguna.

### 3.1.2 Visi, Misi dan *Value* PT XYZ

Visi dari PT XYZ adalah menjadi Menjadi Perusahaan Pembiayaan Pilihan Pertama dengan Solusi Total. Sedangkan Misinya yaitu untuk Mempromosikan Kredit untuk kehidupan yang lebih baik.



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2019

**Gambar 3.1 Visi, Misi dan *Value* PT XYZ**

PT XYZ memiliki 4 *value* atau nilai perusahaan yang harus diterapkan dijalankan oleh setiap karyawan. Berikut adalah *value* tersebut :

1. ***Integrity***

Berani mentaati peraturan berlandaskan asas dan etika yang berlaku serta menunjukka sikap yang profesional dan bertanggung jawab

2. ***Teamwork***

Bersinergi melalui interaksi yang positif dan terbuka, dengan komitmen mencapai target perusahaan

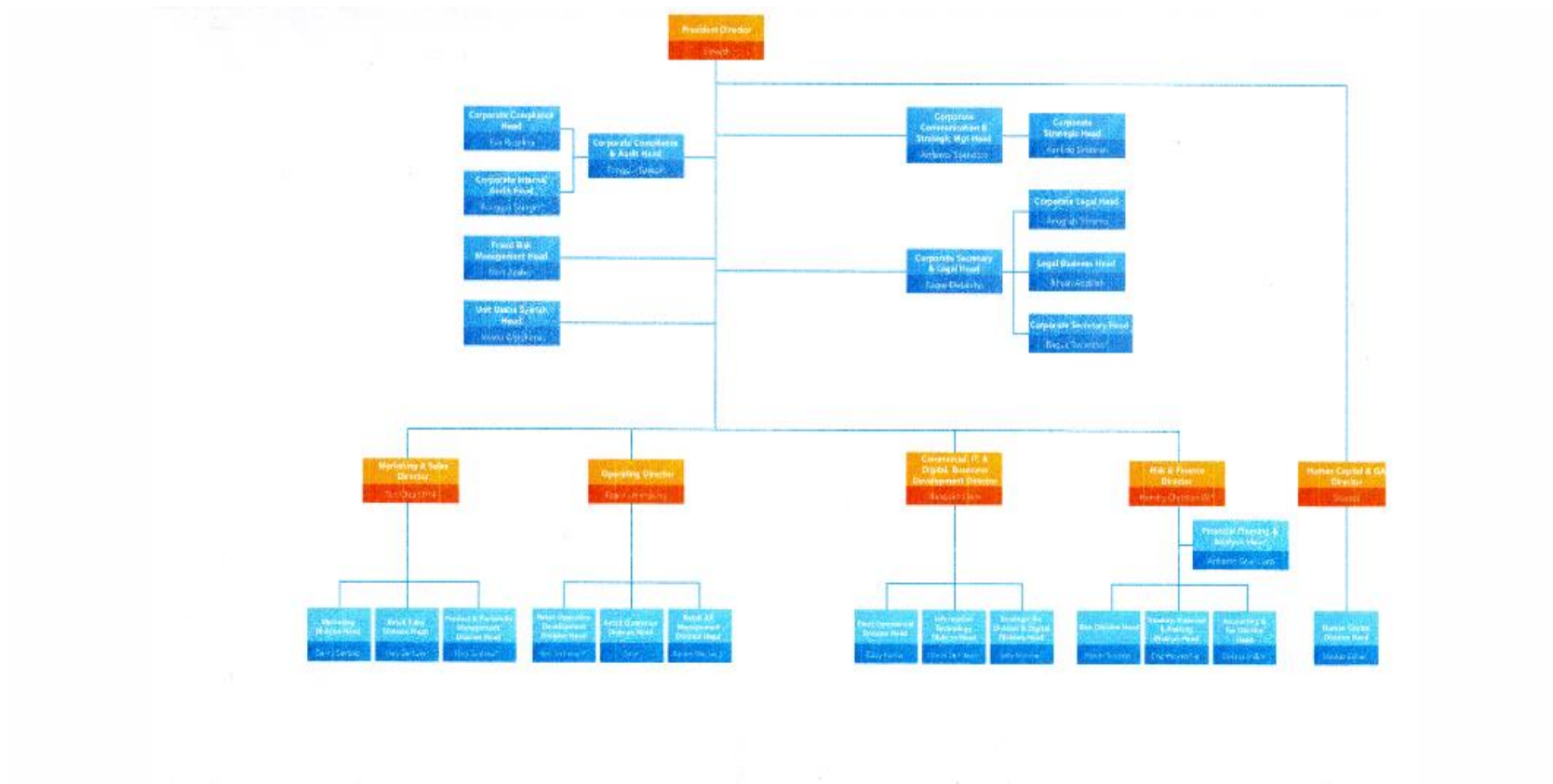
3. ***Quality***

Proses yang cepat dan akurat dengan mentalitas perbaikan secara terus menerus untuk hasil yang terukur dan terbaik.

4. ***Customer Satisfaction***

Memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan melalui pelayanan yang handal dan terpercaya

### 3.1.3 Struktur Organisasi



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2019

**Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT XYZ**

## **3.2 Metode Penelitian**

### **3.2.1 Desain Penelitian**

Menurut Cooper & Schindler (2008) desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang digunakan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian memberikan prosedur dan tahapan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian. Desain penelitian mengungkapkan struktur yang baik untuk masalah penelitian : kerangka kerja, organisasi, atau konfigurasi hubungan antara variabel-variabel penelitian dan rencana investigasi yang digunakan untuk mendapatkan bukti empiris pada hubungan tersebut. Desain penelitian ini sangat menentukan proses penyelesaian dari suatu penelitian. Penelitian yang baik akan dilaksanakan sesuai dengan desain penelitian yang sudah dibuat sebelumnya oleh si peneliti.

Menurut Zikmund *et al.*, (2010) desain penelitian adalah rencana utama untuk menetapkan metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang diperlukan. Desain penelitian memberikan kerangka kerja atau rencana aksi untuk penelitian. Tujuan penelitian ditentukan selama tahap awal penelitian dan dimasukkan juga ke dalam desain untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan sesuai untuk memecahkan masalah. Peneliti juga harus menentukan sumber informasi, teknik desain yang digunakan, metodologi pengambilan sampel, dan jadwal dan biaya penelitian. Terdapat 2 metode penelitian yaitu :

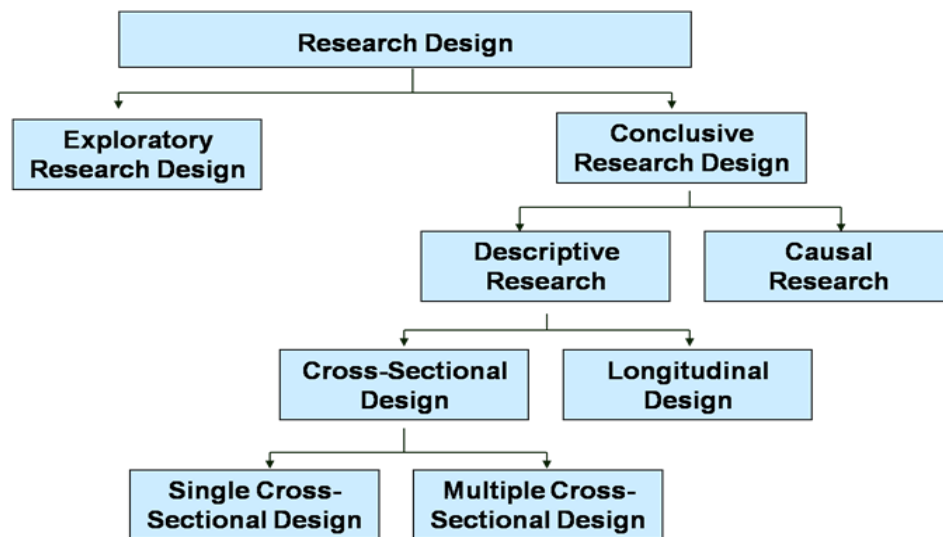
### 1. *Qualitative Business Research*

Penelitian yang membahas tujuan bisnis melalui teknik yang memungkinkan peneliti untuk memberikan interpretasi tentang fenomena yang ada tanpa bergantung pada pengukuran numerik. Fokusnya adalah menemukan makna yang sejati dan wawasan baru. Penelitian kualitatif kurang terstruktur daripada pendekatan kuantitatif. Peneliti harus menemukan makna dari respons yang tidak terstruktur, seperti melalui teks dari wawancara yang direkam atau kolase yang mewakili beberapa pengalaman, seperti *skateboarding*. Peneliti harus menginterpretasikan data untuk menemukan artinya dan mengubahnya menjadi informasi (Zikmund *et al.*, 2010)

### 2. *Quantitative Business Research*

Penelitian bisnis yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan pendekatan analisis. Penelitian kualitatif lebih tepat untuk berdiri sendiri karena memerlukan interpretasi yang lebih sedikit (Zikmund *et al.*, 2010).

Sedangkan menurut Maholtra (2010) desain penelitian dapat dijelaskan melalui gambar *marketing research design* berikut :



Sumber: Malhotra (2010)

**Gambar 3.3 *Marketing Research Design***

Berdasarkan gambar 3.3 di atas desain penelitian dibagi menjadi 2 bagian menurut Malhotra (2010) yaitu :

1. *Exploratory Research Design*

Jenis desain penelitian yang memiliki tujuan utama untuk memberikan wawasan dan pemahaman situasi masalah yang dihadapi oleh peneliti (Malhotra, 2010).

2. *Conclusive Research Design*

Jenis penelitian yang dirancang untuk pengambilan keputusan yang akan berguna dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih alternatif terbaik dalam memecahkan masalah (Malhotra, 2010). *Conclusive Research Design* menurut Malhotra (2010) kemudian dibagi lagi ke dalam 2 jenis, yaitu :



a. *Descriptive Research*

Jenis penelitian *conclusive* yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu dan biasanya berdasarkan fungsi karakteristik.

b. *Causal Research*

Jenis penelitian *conclusive* yang memiliki tujuan utama untuk memperoleh bukti mengenai hubungan sebab dan akibat.

Berdasarkan teori yang telah penulis uraikan di atas, pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian *quantitative research* dan menggunakan jenis penelitian *descriptive research*. Penulis menggunakan metode *quantitative research* karena menggunakan penyebaran kuesioner pada objek penelitian yang terdiri dari beberapa indikator terkait dengan variabel penelitian. Hasil dari kuesioner yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisis statistik dalam bentuk numerik.

Penulis menggunakan jenis penelitian *descriptive research* karena penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada karyawan PT XYZ untuk memperoleh data. Kuesioner yang digunakan dapat menggambarkan karakteristik objek, orang, grup, organisasi, atau lingkungan. Dengan kata lain, riset deskriptif melukiskan gambar dari situasi tertentu dengan pertanyaan siapa, apa, kapan, di mana, dan bagaimana. Kuesioner yang digunakan harus dapat menggambarkan karakteristik objek, orang, grup, organisasi, atau lingkungan yang terkait dengan variabel dalam penelitian ini yaitu *Turnover Intention*, *Perceived Organizational Support*, dan *Positive Relationship at Work*.

### 3.2.2 Rentang Waktu Penelitian

Menurut Sakaran & Bougie (2013) rentang waktu penelitian terbagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut :

1. Longitudinal yaitu mempelajari objek penelitian secara berkesinambungan pada jangka waktu yang panjang. Longitudinal melakukan *test* beberapa kali pada kelompok yang sama (Sakaran & Bougie, 2013).
2. *Cross-sectional* menggunakan cara mempelajari objek penelitian dalam suatu waktu tertentu saja (tidak dilakukan dalam jangka waktu panjang). *Cross-sectional* dilakukan dengan mengambil data 1 kali dan dibagi ke dalam beberapa kelompok. *Cross-sectional* dibagi lagi ke dalam 2 jenis yaitu :
  - a. *Single Cross Sectional Design* mengambil data hanya terhadap 1 kelompok saja karena kelompok diperlakukan secara sama (Sakaran & Bougie, 2013).
  - b. *Multiple Cross Sectional Design* mengambil data lebih dari 1 kelompok saja dan kelompok diperlakukan secara berbeda (Sakaran & Bougie, 2013).
3. Metode Tindak Lanjut menggunakan cara untuk menilai kesuksesan program- program tertentu yang telah direncanakan, dan bertujuan untuk mengetahui perkembangan lebih lanjut dari subjek setelah diberikan perlakuan tertentu (Sakaran & Bougie, 2013).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rentang waktu penelitian yaitu *cross-sectional* karena penulis melakukan penelitian ini hanya dalam jangka waktu tertentu (tidak berlanjut dalam jangka waktu panjang). Di mana pengumpulan data *pre test* dilakukan pada tanggal 28 Oktober – 4 November 2019 sedangkan untuk pengumpulan data primer *main-test* untuk penelitian dilakukan pada tanggal 11-29 November 2019.

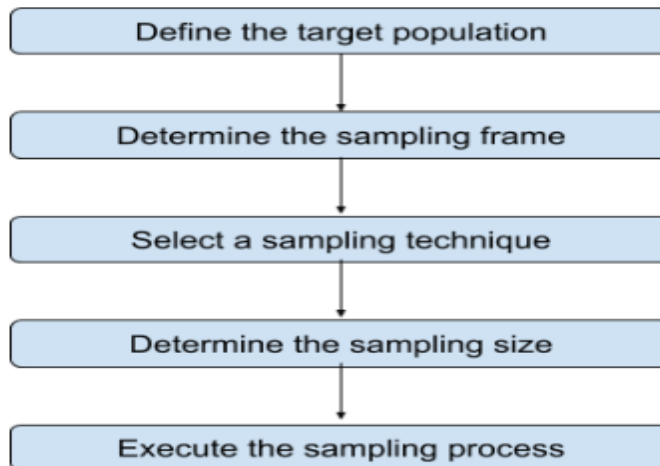
Penulis juga menggunakan rentang waktu penelitian *Single Cross Sectional Design* karena penulis mengambil data hanya terhadap 1 kelompok saja karena kelompok diperlakukan secara sama di mana kelompok yang dimaksud disini adalah karyawan dari *Head Office* PT XYZ.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara *perceived organizational support* terhadap *turnover intention* dengan *positive relationship at workplace* atau hubungan yang positif di tempat kerja sebagai variabel mediasi. Ada beberapa hal yang menyebabkan karyawan melakukan perpindahan kerja salah satunya yaitu karena kurangnya dukungan dari organisasi serta buruknya hubungan yang terjadi dengan rekan kerja maupun atasan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan agar perusahaan dapat lebih memberikan dukungan kepada karyawannya sehingga mengurangi niat perpindahan kerja. Periode yang dipilih dalam penelitian ini adalah dari bulan Juli 2019 sampai dengan Desember 2019.

### 3.3.1 Sampling Design Process

Menurut Maholtra (2010) ada 5 tahapan dalam *sampling design process* yaitu:



Sumber: Maholtra (2010)

**Gambar 3.4 Sampling Design Process**

Jika melihat Gambar 3.4 di atas, tahapan *sampling design* dimulai dari menentukan target populasi. Jika target populasi sudah ditentukan, selanjutnya kita membuat *sampling frame*. Setelah kita membuat *sampling frame*, kita masuk tahap yang ketiga yaitu menentukan teknik *sampling* apa yang akan kita gunakan dalam penelitian. Selanjutnya, peneliti harus menentukan *sampling size* yang akan digunakan. Langkah terakhir yaitu peneliti akan mengimplementasikan *sampling process* yang sudah dibuat.

### 3.3.1.1 Target Populasi

Berdasarkan Malhotra (2010) tahapan pertama yang perlu dilakukan dalam proses *sampling* adalah menentukan target populasi yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti (Sakaran & Bougie, 2013). Elemen populasi adalah individu atau objek di mana pengukuran akan dilakukan. Sedangkan populasi adalah kumpulan total elemen yang ingin disimpulkan (Cooper & Schindler, 2008).

Rumusan populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Isi

PT XYZ sebagai objek penelitian melalui data yang diperoleh melalui *in-depth interview* dengan 10 narasumber yang bekerja di *Head Office* PT XYZ, hasil wawancara diperoleh hasil bahwa *Turnover Intention* yang terjadi pada PT XYZ cukup tinggi dengan *rate* sebesar 12,83% pada tahun 2017. Di mana target *turnover* yang diharapkan adalah 12,46% di tahun 2018. *Turnover Intention* yang terjadi disebabkan oleh beberapa hal salah satunya yaitu karena rendahnya *Perceived Organizational Support* yang ditunjukkan dengan rendahnya penghargaan terhadap kontribusi yang sudah dilakukan karyawan dalam rangka memajukan perusahaan. *Positive Relationship at Work* yang terjadi antara bawahan dengan atasan juga kurang baik karena adanya konflik dalam pekerjaan yang sering muncul akibat perbedaan sudut pandang.

## 2. Cakupan Penelitian

Seluruh karyawan *Head Office* PT XYZ yang bekerja minimal satu tahun dan berstatus sebagai karyawan tetap pada semua divisi yang ada.

## 3. Waktu

Pengumpulan data melalui *in-depth interview* dilakukan pada tanggal 3 September 2019. Penyebaran kuesioner untuk *pre-test* dilakukan pada tanggal 28 Oktober 2019 dan penyebaran kuesioner untuk *main-test* pada tanggal 11 November 2019 di *Head Office* PT XYZ.

### 3.3.1.2 *Sampling Frame*

*Sampling frame* adalah representasi secara fisik dari semua elemen dalam populasi di mana sampel diambil (Sakaran & Bougie, 2013). Sedangkan menurut Cooper & Schindler (2008) *sampling frame* adalah daftar semua elemen populasi di mana sampel akan diambil. *Sampling frame* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu karyawan *Head Office* dari PT XYZ.

### 3.3.1.3 *Sampling Size*

*Sampling Size* menurut Maholtra dalam buku *Marketing Research* (2010) adalah jumlah-jumlah elemen yang akan digunakan dalam penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan *sampling size* sesuai dengan item pertanyaan yang peneliti gunakan dalam kuesioner. Jumlah variabel pada penelitian ini sebanyak 3 variabel dengan 19 item pertanyaan. Dengan begitu,

jumlah sampel *minimum* yang peneliti butuhkan sebanyak 95 sampel responden, di mana perhitungannya adalah  $N \times 5$  atau jumlah item pertanyaan dikali 5.

#### **3.3.1.4 Sampling Unit**

*Sampling Unit* menurut Malhotra (2010) adalah orang-orang yang menjadi sampel dalam penelitian yang mempunyai ciri-ciri yang sama dengan target populasi. Dalam penelitian ini *sampling unit* yang digunakan adalah yaitu karyawan yang sedang bekerja di *Head Office* PT XYZ lebih dari 1 Tahun dan memiliki status karyawan tetap dari beberapa divisi antara lain yaitu *Sales, Operation, AR Management, Risk Management, IT, Human Capital* dan *Finance* yang ada di *Head Office* PT XYZ.

#### **3.3.1.5 Time Frame**

*Time Frame* menurut Malhotra (2010) adalah jangka waktu yang dibutuhkan oleh penulis untuk mengumpulkan data dan mengolahnya. Dalam penelitian yang penulis lakukan *time frame* yang dibutuhkan yaitu berlangsung dari bulan Juli 2019 sampai dengan bulan Desember 2019.

### **3.4 Sampling Technique**

#### **3.4.1 Probabilty Sampling**

Menurut Zikmund *et al.*, (2010) *sampling technique* dibagi menjadi 2 yaitu: *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi telah

diketahui sebelumnya dan bukan merupakan *non-zero probability*. *Probability sampling* juga merupakan sebuah teknik *sampling* di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. *Probability sampling* kemudian dibagi lagi menjadi 7 teknik yaitu *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling*, *proportional stratified sample*, *disproportional stratified sample*, *cluster sampling*, dan *multistage area sampling*. Berikut adalah penjelasan dari pembagian di atas:

1. *Simple Random Sampling*

*Simple random sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang memastikan elemennya dalam populasi dengan kemungkinan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel (Zikmund *et al.*, 2010)

2. *Systematic Sampling*

*Systematic sampling* adalah suatu prosedur pengambilan sampel di mana titik awal dipilih oleh proses acak dan kemudian setiap nomor yang terdapat di daftar itu dipilih (Zikmund *et al.*, 2010).

3. *Stratified Sampling*

*Stratified sampling* adalah suatu prosedur sampling probabilitas di mana subsampel acak sederhana yang kurang lebih sama atau beberapa karakteristik diambil dari dalam setiap strata populasi (Zikmund *et al.*, 2010).



#### 4. *Proportional Stratified Sample*

*Proportional Stratified Sample* adalah sampel bertingkat di mana jumlah unit pengambilan sampel diambil dari setiap strata berbanding lurus dengan ukuran populasi di strata itu (Zikmund *et al.*, 2010).

#### 5. *Disproportional Stratified Sample*

*Disproportional Stratified Sample* adalah sampel bertingkat di mana ukuran sampel untuk setiap strata dialokasikan menurut pertimbangan analitis (Zikmund *et al.*, 2010).

#### 6. *Cluster Sampling*

*Cluster sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang efisien secara ekonomi di mana unit sampling primer bukanlah unsur individu dalam populasi tetapi sekelompok besar dan dipilih secara acak (Zikmund *et al.*, 2010).

#### 7. *Multistage Area Sampling*

*Multistage Area Sampling* adalah pengambilan sampel yang melibatkan penggunaan kombinasi dari dua teknik yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* atau teknik pengambilan sampel yang lebih mudah untuk dipertanyakan (Zikmund *et al.*, 2010).

### **3.4.2 *Non-probability Sampling***

Menurut Zikmund *et al.*, (2010) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana unit sampel dipilih berdasarkan penilaian pribadi atau kenyamanan dari si peneliti serta probabilitas dari anggota tertentu dari

populasi yang dipilih tidak diketahui. *Non-probability sampling* dibagi menjadi *convenience sampling*, *judgement sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*. Berikut adalah penjelasan dari pembagian *non-probability sampling* :

1. *Convenience Sampling*

*Convenience sampling* adalah suatu prosedur pengambilan sampel untuk mendapatkan orang-orang atau unit yang paling mudah tersedia atau meneliti orang-orang yang ada disekitar wilayah si peneliti (Zikmund *et al.*, 2010).

2. *Judgment Sampling*

*Judgment sampling* adalah suatu teknik sampling di mana individu yang berpengalaman memilih sampel berdasarkan penilaian pribadi tentang beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel (Zikmund *et al.*, 2010).

3. *Quota Sampling*

*Quota sampling* adalah prosedur pengambilan sampel yang memastikan bahwa berbagai subkelompok populasi akan diwakili pada karakteristik yang bersangkutan dengan jumlah yang tepat yang diinginkan oleh peneliti (Zikmund *et al.*, 2010).

4. *Snowball Sampling*

*Snowball sampling* adalah suatu prosedur pengambilan sampel di mana responden awal dipilih dengan metode probabilitas dan responden tambahan diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden awal (Zikmund *et al.*, 2010).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik *non-probabilty sampling* karena dari keseluruhan populasi di *Head Office* PT XYZ yang ada karena probabilitas dari anggota tertentu dari populasi yang dipilih tidak diketahui atau dapat dikatakan juga bahwa tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi unit sampel. Dalam hal ini penulis menggunakan juga teknik *judgement sampling* dengan skala pengukuran *likert* di mana peneliti menggunakan teknik ini karena peneliti sudah memberikan batasan atau *judgement* sesuai kriteria sampel yang telah di pilih oleh penulis yaitu karyawan tetap dari *Head Office* PT XYZ yang berasal dari beberapa divisi yang telah bekerja lebih dari satu tahun.

Penulis memilih sampel karyawan tetap yang telah bekerja lebih dari 1 tahun pada PT XYZ untuk meneliti variabel *turnover intention* karena tingkat *turnover* yang terlalu tinggi dalam suatu perusahaan akan memberikan dampak dalam hal biaya maupun produktivitas dari perusahaan yang akan terganggu sehingga *turnover* yang ada harus dikelola dengan baik oleh perusahaan. Karyawan tetap yang keluar dari perusahaan akan menimbulkan biaya perekrutan dan biaya pelatihan yang cukup besar dan harus diberikan oleh perusahaan terhadap karyawan baru yang masuk, hal ini tidak terlalu besar biayanya jika status karyawan yang keluar dari perusahaan hanya kontrak atau *outsourc*e.

Pemilihan kriteria ini juga berdasarkan penilaian penulis mengenai variabel yang diteliti yang mengharuskan karyawan bekerja di perusahaan minimal satu tahun karena variabel *perceived organizational support* bisa diukur jika karyawan tersebut sudah cukup lama di perusahaan sehingga bisa merasakan dukungan yang

diberikan oleh organisasi, hal ini akan berbeda dengan karyawan baru bekerja 3 bulan atau lebih yang biasanya masih butuh beradaptasi dengan lingkungan sehingga belum terlalu merasakan dukungan dari organisasi dalam bentuk penghargaan terhadap setiap kontribusi yang telah dilakukan oleh karyawan.

Penelitian ini juga menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik *snowball* di mana sampel yang diperoleh oleh penulis bersumber dari responden awal dalam penelitian ini yang merupakan atasan dari penulis, selanjutnya responden tersebut akan membantu penulis untuk menemukan responden lainnya untuk dijadikan sampel yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan oleh penulis.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Sumber Data**

Sebagai peneliti kita harus mengetahui tipe data seperti apa yang akan kita gunakan. Maholtra (2010) menyatakan bahwa terdapat 2 kategori data yang dapat digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data Primer yaitu data yang didapat langsung oleh peneliti dan data yang belum ada sebelumnya dengan tujuan untuk menangani masalah penelitian. Dalam hal ini peneliti mendapatkan data primer dari karyawan tetap dari beberapa divisi yang ada di PT XYZ dengan cara melakukan *in-depth interview* dan menyebarkan kuesioner. Melalui *in-depth interview* peneliti memperoleh data yang diperlukan dari 10 narasumber yang bekerja minimal satu tahun di PT XYZ. Peneliti juga melakukan *in-depth interview*

dengan *Departement Head* dari *Learning Management* untuk menggali lebih dalam terkait fenomena yang terjadi pada objek penelitian yaitu dengan variabel *turnover intention*, *perceived organizational support* dan *positive relationship at work*. Dalam penyebaran kuesioner, indikator penelitian mengacu kepada indikator yang digunakan dalam penelitian Lum *et al.*, (1998) dalam Madden *et al.*, (2015), Ashmos & Duchon (2000) dalam Madden *et al.*, (2015) dan Akgunduz & Sanli (2017) yang berdasarkan variabel-variabel *turnover intention*, *perceived organizational support*, dan *positive relationship at work* yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 19 indikator dengan menggunakan skala *likert* 1-5.

2. Data Sekunder yaitu data yang sudah ada sebelumnya yang telah dikumpulkan untuk menyelesaikan masalah penelitian lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yaitu data yang didapat langsung oleh peneliti dan data yang belum ada sebelumnya. Peneliti menyebarkan kuesioner yang disebarkan langsung ke responden. Namun, untuk daftar pertanyaan yang peneliti gunakan adalah data sekunder, yaitu menggunakan daftar pertanyaan yang sudah ada sebelumnya yang berasal dari *e-journal*, dan juga *textbook*, *artikel*, *media online* dan penelitian terdahulu.

### **3.5.2 Metode Pengumpulan Data**

Terdapat beberapa kategori pengumpulan data yang bisa digunakan.

Metode tersebut adalah :

1. Metode *Survey Research* menurut Zikmund *et al.*, (2010) metode penelitian survey merupakan metode di dalam suatu bentuk dari suatu teknik penelitian di mana informasinya ini di kumpulkan dari beberapa sampel berupa orang, dan mengumpulkannya dengan memberi pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab langsung oleh orang tersebut.
2. Metode *Observation Research* menurut Zikmund *et al.*, (2010) adalah suatu proses sistematis dalam merekam pola-pola perilaku orang-orang, objek-objek, dan kejadian-kejadian yang terjadi.

Berdasarkan kedua metode pengumpulan data yang ada peneliti menggunakan metode *survey research* dengan cara *in-depth interview* dalam penelitian ini. Pengertian *depth interview* menurut Zikmund *et al.*, (2010) berarti satu per satu. Sedangkan metode *depth interview* merupakan proses wawancara yang dilakukan antara seorang peneliti terlatih dan seorang responden. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara satu per satu dengan karyawan tetap PT XYZ untuk menemukan fenomena yang terjadi dan juga menyebarkan kuesioner yang di isi oleh karyawan tetap yang ada di PT XYZ.

### **3.6 Periode Penyebaran Kuesioner**

Periode pengisian kuesioner untuk *pre-test* dilakukan pada tanggal 28 Oktober – 4 November 2019. *Pre-test* dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini. Jumlah responden dalam *pre-test* adalah sebanyak 35 responden. Periode penyebaran

kuesioner untuk *main test* dilakukan pada tanggal 11-29 November 2019 Responden yang mengisi kuesioner *main test* ini sebanyak 120 orang karyawan tetap yang telah bekerja lebih dari 1 tahun di *Head Office* PT XYZ

### 3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* dari 1-5. Skala *Likert* merupakan skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Nama Skala ini diambil dari nama penciptanya yaitu Rensis *Likert*, seorang ahli psikologi sosial dari Amerika Serikat. Dengan skala *likert* ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Penulis menggunakan skala *likert* 1-5 dengan alasan bahwa setiap responden berhak untuk memiliki kesempatan memberikan jawaban yang netral.

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran *Likert***

Keterangan	Skala
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

Sumber : Pengolahan Data Pribadi, 2019

### **3.8 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Cooper & Schindler (2008) variabel adalah simbol dari suatu peristiwa, tindakan, karakteristik, sifat, atau atribut yang dapat diukur dan diberikan nilai. Sedangkan, Operasional adalah kriteria spesifik untuk pengujian atau pengukuran. Istilah-istilah ini harus mengacu pada standar empiris yaitu harus dapat menghitung, mengukur, atau dengan cara lain mengumpulkan informasi melalui indera kita.

#### **3.8.1 Variabel dalam *Structural Equation Modeling***

SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. SEM memungkinkan dilakukannya analisis di antara beberapa variabel endogen dan eksogen secara langsung (Hair *et al.*, 2014).

*Structural equation modeling* adalah generasi kedua teknik analisis multivariate yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model. Tidak seperti pada analisis multivariate biasa, SEM dapat menguji secara bersama-sama model struktural yaitu hubungan antara konstruk atau variabel independen dan dependen, dan model measurement yaitu hubungan nilai loading antara indikator dengan konstruk atau variabel laten (Ghozali & Fuad, 2012).



Terdapat beberapa variabel yang bisa digunakan dalam analisis dengan menggunakan *structural equation modeling* menurut Wijanto (2008) yaitu :

1. Variabel laten

Variabel laten merupakan suatu konsep yang abstrak dan tidak dapat diukur secara langsung. Variabel laten hanya dapat diamati secara tidak langsung melalui efeknya pada variabel-variabel teramati (*observed variabel*). Terdapat dua jenis variabel laten yaitu variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten eksogen adalah variabel laten yang bebas dan dilambangkan dengan  $\xi$  (ksi), sedangkan variabel laten endogen merupakan variabel laten yang terikat dan sering dilambangkan dengan  $\eta$  (eta). Variabel laten disimbolkan dengan elips atau lingkaran.

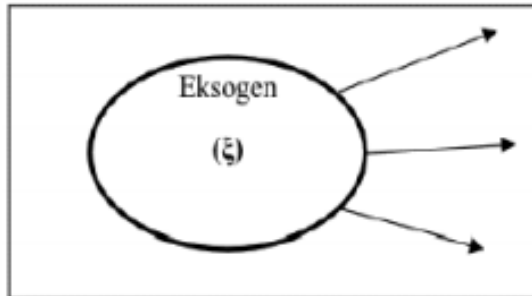
2. Variabel teramati

Variabel teramati adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur dan sering disebut indikator. Variabel teramati berupa ukuran dari variabel laten. Variabel teramati yang terbentuk dari variabel laten eksogen dilambangkan dengan X, sedangkan yang terbentuk dari variabel laten endogen dilambangkan dengan Y.

### **3.8.1.1 Variabel Eksogen**

Variabel eksogen adalah variabel-variabel bebas yang selalu muncul pada semua persamaan yang ada di dalam model, variabel laten eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan semua anak panah menuju keluar (Wijanto, 2008).

Sedangkan menurut Ghozali & Fuad (2012) variabel eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain di dalam model.



Sumber : Wijanto (2008)

**Gambar 3.5 Variabel Eksogen**

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel eksogen adalah :

1. *Perceived organizational support*

*Perceived organizational support* merupakan persepsi karyawan terhadap perusahaan mengenai sejauh mana perusahaan dapat memberikan dukungan kepada karyawan terhadap kontribusi yang sudah diberikan. Melalui *perceived organizational support* karyawan dapat memiliki perasaan yang jelas apakah suatu organisasi dapat mempengaruhi mereka secara positif atau negatif. Karyawan dipengaruhi oleh persepsi terhadap apresiasi perusahaan atas kontribusi mereka kepada organisasi dan kepedulian organisasi untuk kesejahteraan karyawan.

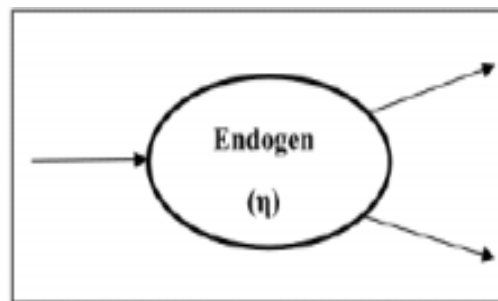
Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya dukungan dari organisasi terhadap karyawan sedangkan Skala 5 menunjukkan tingginya dukungan dari organisasi terhadap karyawan.

## 2. *Positive Relationship at Work*

*Positive relationship at work* berarti hubungan yang memberikan perhatian, persahabatan dan kasih sayang dan memungkinkan individu untuk menggunakan bakat unik mereka di tempat kerja (Madden *et al.*, 2015). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya hubungan positif atau spiritualitas yang terjadi di tempat kerja sedangkan Skala 5 menunjukkan tingginya hubungan positif atau spiritualitas yang terjadi di tempat kerja.

### 3.8.1.2 Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan paling sedikit ada satu anak panah masuk ke lingkaran tersebut, meskipun anak panah yang lain menuju ke luar lingkaran. Sedangkan menurut Ghozali & Fuad (2012) variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu model penelitian.



Sumber : Wijanto (2008)

**Gambar 3.6 Variabel Endogen**

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel endogen adalah *turnover intention* yang merupakan keinginan seseorang untuk tetap tinggal atau meninggalkan organisasinya (Lum *et al.*, 1998 dalam Madden *et al.*, 2015). Sedangkan menurut Akgunduz & Sanli (2017) *turnover intention* merupakan keinginan karyawan untuk meninggalkan pekerjaan dan organisasi secara sukarela atau untuk mengakhiri kontribusi yang mereka buat untuk organisasi.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya niat seseorang atau keinginan berpindah karyawan sedangkan Skala 5 menunjukkan tingginya niat seseorang atau keinginan berpindah karyawan.

### **3.8.1.3 Variabel Mediasi**

Variabel mediasi atau *intervening variable* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini variabel *positive relationship at work* menjadi variabel *mediating* dalam penelitian ini karena letaknya berada di antara variabel independen dan variabel dependen.

Pengertian variabel *positive relationship at work* yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu dikembangkan dari variabel *spirituality at work* menurut Ashmos & Duchon (2000) dalam Madden *et al.*, (2015) yang berarti spiritualitas yang dirasakan oleh anggota organisasi di tempat kerja atau spiritualitas yang dirasakan oleh karyawan di tempat kerja karena pekerjaan yang bermakna. *Spirituality at work* memandang dirinya memiliki suatu kehidupan pribadi yang harus dipertahankan dengan pekerjaan yang bermakna untuk mendapatkan tempat dalam suatu komunitas. Unit kerja yang memiliki tingkat spiritualitas yang tinggi akan mengalami kinerja yang lebih tinggi.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya hubungan positif atau spiritualitas yang terjadi di tempat kerja sedangkan Skala 5 menunjukkan tingginya hubungan positif atau spiritualitas yang terjadi di tempat kerja.

### **3.9 Teknik Pengolahan Analisis Data**

#### **3.9.1 Uji Instrument *Pre-test***

Dalam penelitian ini Analisis data yang peneliti lakukan menggunakan bantuan program *Software IBM SPSS* versi 25. Menurut Ghazali (2013) menyatakan bahwa SPSS memiliki kepanjangan dari *Statistical Package for Social Sciences* yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik yang baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik. Penulis melakukan uji instrumen dengan cara penyebaran kuesioner tahap awal yaitu *pre-test* yang disebar menggunakan bantuan *google form* kepada 35 target

responden, yang bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari kuesioner tersebut. Uji Validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk mengukur apakah kuesioner yang ada dapat mengukur apa yang diukur dan juga menentukan apakah pengukuran atau *measurement* dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya.

### **3.9.1.1 Uji Validitas**

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2013). Sedangkan menurut Sakaran & Bougie (2013) validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan *measurement* tersebut. Validitas juga merupakan tingkat di mana suatu ukuran secara akurat dapat mewakili apa yang seharusnya (Hair *et al.*, 2014).

Pembuktian Uji Validitas dilihat dari pengujiannya yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total dari variabel. Jika korelasi antara tiap variabel dengan total variabel secara keseluruhan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,01 atau 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013).

Pengukuran uji validitas dapat dilakukan dengan cara uji *confirmatory factor analysis* atau CFA. Asumsi yang mendasari dapat tidaknya digunakan *factor analysis* adalah data matrik harus memiliki korelasi yang cukup. Alat uji faktor analisis yang digunakan untuk melakukan uji validitas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji *Bartlett of Sphericity* merupakan uji statistik untuk menentukan ada tidaknya korelasi antara variabel, jika semakin besar sampel maka *Bartlett of Sphericity* semakin sensitif untuk mendeteksi adanya korelasi antara variabel, nilai *Bartlett of Sphericity* harus  $\leq 0.05$  (Hair *et al.*, 2014) .
2. Uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) merupakan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk menguji kecocokan model analisis (Malhotra, 2010).  
Nilai KMO yang dikehendaki harus  $>0.5$  untuk dapat dilakukan faktor analisis (Ghozali, 2013).
3. *Anti Image Matrices* merupakan alat untuk memprediksi apakah terdapat kesalahan antara satu variabel dengan variabel yang lain. (Malhotra, 2010)  
nilai yang diharuskan pada *Measures of Sampling Adequacy* (MSA) harus  $>0.5$  (Ghozali, 2013) dan tingkat signifikan harus berada pada 0.000 (Ghozali, 2013).
4. *Factor loadings* merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang akan terbentuk, hal ini berguna untuk menentukan validitas setiap indikator dalam konstruk setiap variabel (Malhotra, 2010). Nilai yang dikehendaki pada *factor loading* harus  $\geq 0.5$  (Hair *et al.*, 2014).

Penelitian dapat dilanjutkan jika hasil *pre-test* kuesioner yang dilakukan telah memenuhi semua syarat validitas di atas, maka dapat disimpulkan bahwa uji faktor analisis dapat dilanjutkan.

### 3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan *software* SPSS. Reliabilitas juga merupakan tingkat penilaian konsistensi di antara beberapa pengukuran variabel (Hair *et al.*, 2014).

Menurut Ghazali (2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,7$ . Uji *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) digunakan untuk mengukur reliabilitas, dinyatakan bahwa jika nilai *intercept* (konstan) lebih besar dari 0,7 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel secara statistik (Sakran & Bougie, 2013). Penelitian dapat dilanjutkan jika hasil *pre-test* kuesioner yang dilakukan telah memenuhi semua syarat reliabilitas di atas, maka dapat disimpulkan jika penulis bisa melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu penyebaran *main-test*.

### 3.9.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model* (SEM)

*Structural equation modeling* (SEM) menurut Wijanto (2008) merupakan teknik analisis statistik multivariat yang menguji hubungan antara variabel-variabel yang ada di dalam model, baik itu antara indikator dengan konstruknya, ataupun pengaruh yang terjadi di antara konstruk.



Sedangkan menurut Hair *et al.*, (2014) *structural equation modeling* (SEM) adalah teknik yang memungkinkan hubungan terpisah untuk masing-masing set variabel dependen dengan menggunakan dua komponen dasar yaitu model struktural dan model pengukuran.

Dalam penelitian ini teknik pengolahan data SEM dilakukan dengan menggunakan uji model pengukuran *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan menggunakan bantuan *software* analisis Lisrel versi 8.8. Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) merupakan analisis terhadap model pengukuran (model hubungan antara variabel laten dengan variabel teramati) di mana CFA bertujuan untuk memastikan bahwa variabel teramati merupakan refleksi atau ukuran dari variabel laten terkait (Wijanto, 2008).

Analisis faktor dalam CFA sedikit berbeda dengan factor analysis yang digunakan pada statistik/multivariat yaitu *exploratory factor analysis* (EFA), perbedaannya yaitu, pada model EFA lebih rinci dalam menunjukkan pengaruh antara variabel laten dengan variabel teramati karena tidak di spesifikasikan terlebih dahulu. Jumlah variabel laten tidak ditentukan sebelum analisis dilakukan, semua variabel laten diasumsikan dapat mempengaruhi semua variabel teramati dan pengukuran tidak boleh saling berkorelasi (Wijanto, 2008).

Sedangkan pada CFA model dibentuk terlebih dahulu dengan menentukan jumlah variabel laten, pengaruh suatu variabel laten terhadap variabel teramati, beberapa efek langsung variabel laten terhadap variabel teramati dapat ditetapkan sama dengan nol atau suatu konstanta. Kesalahan pengukuran boleh berkorelasi,

kovarian variabel-variabel laten dapat diestimasi dan identifikasi parameter dapat dilakukan (Wijanto, 2008).

### 3.9.2.1 Model-model dalam SEM

*Structural Equation Modeling* menurut Wijanto (2008) terdiri dari dua jenis model sebagai berikut:

1. *Measurement Model*

*Measurement Model* digunakan untuk menghubungkan variabel laten dengan variabel teramati yang berbentuk faktor analisis. Dalam model ini, setiap variabel laten dimodelkan sebagai sebuah faktor yang mendasari variabel- variabel teramati yang terkait. “muatan-muatan faktor” atau “factor loading” yang menghubungkan variabel laten dengan variabel-variabel teramati diberikan label huruf Yunani  $\lambda$  (“lambda”). SEM mempunyai dua matrik lambda yang berbeda yaitu satu matrik pada sisi X dan sisi Y.

2. *Structural Model*

*Structural Model* digunakan untuk menggambarkan pengaruh-pengaruh yang ada di antara variabel-variabel laten. Pengaruh-pengaruh ini pada umumnya terjadi secara linier. Sebuah pengaruh di antara variabel-variabel laten hampir serupa dengan sebuah persamaan regresi linier di antara variabel-variabel laten. Beberapa persamaan regresi linier membentuk sebuah persamaan simultan variabel-variabel laten. Parameter yang menunjukkan regresi variabel laten endogen pada variabel laten eksogen

diberi label dengan huruf Yunani  $\gamma$  (“gamma”), laten endogen diberi label huruf Yunani  $\beta$  (“Beta”), dan matrik kovarian variabel diberi tanda huruf Yunani  $\Phi$  (“phi”).

### 3.9.2.2 Enam Tahapan dalam SEM

Menurut Ghazali & Fuad (2012) terdapat enam tahapan dalam *Structural Equation Modeling* yaitu :

1. Konseptualisasi Model

Tahap ini berhubungan dengan pengembangan hipotesis berdasarkan teori sebagai dasar dalam menghubungkan variabel laten dengan variabel laten lainnya, dan juga dengan indikator yang ada. Dengan kata lain, model yang dibentuk adalah persepsi kita mengenai bagaimana variabel laten dihubungkan berdasarkan teori dan buku yang kita peroleh. Konseptualisasi model ini juga harus merefleksikan pengukuran variabel laten melalui berbagai indikator yang dapat diukur.

2. Penyusunan Diagram Alur

Penyusunan Diagram Alur dapat memudahkan dalam memvisualisasi hipotesis yang telah kita ajukan dalam konseptualisasi model. Meskipun LISREL dapat dijalankan dengan menggunakan persamaan dan tidak menggunakan diagram alur namun sangat dianjurkan hal ini untuk dilakukan. Visualisasi model akan mengurangi tingkat kesalahan kita dalam pembangunan suatu model pada LISREL.

### 3. Spesifikasi Model

Hal ini dilakukan dengan menggambarkan sifat dan jumlah parameter yang diestimasi, analisis data tidak dapat dilakukan sampai tahap ini selesai. Program LISREL memiliki dua bahasa yang digunakan yaitu bahasa pemrograman LISREL dan SIMPLIS.

### 4. Identifikasi Model

Informasi yang diperoleh dari data yang diuji untuk menentukan apakah cukup untuk mengestimasi parameter dalam model.

### 5. Estimasi Parameter

Estimasi Parameter untuk suatu model diperoleh dari data yang dihasilkan program LISREL maupun AMOS. Uji signifikansi dilakukan dengan menentukan apakah parameter yang dihasilkan secara signifikan berbeda dari nol.

### 6. Penilaian Model Fit

Suatu model dikatakan fit apabila kovarians matriks suatu model adalah sama dengan kovarians matriks data. Model fit dapat dinilai dengan menguji berbagai index fit yang diperoleh dari LISREL (misalnya RMSEA, RMR, GFI, CFI, TLI, NFI, dll).

Menurut Hair *et al.*, (2014) terdapat 6 tahapan dalam SEM yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan individual *construct*
2. Mengembangkan dan spesifikasi *measurement model*

3. Mendesain suatu studi untuk menciptakan hasil yang empiris
4. Melakukan penilaian dari validitas *measurement model*
5. Menspesifikasikan *structural model*
6. Melakukan penilaian validitas dari struktur model (GOF)

### **3.9.2.3 Uji Kecocokan dalam Metode Analisis SEM**

Pada penelitian ini uji kecocokan dilakukan untuk memeriksa tingkat kecocokan antara data dengan model, validitas dan reliabilitas model pengukuran dan signifikansi koefisien-koefisien dari model struktural (Wijanto, 2008). Menurut Hair *et al.*, (1998) dalam (Wijanto, 2008) evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

#### **3.9.2.3.1 Kecocokan Keseluruhan Model (*overall model fit*)**

Tahap pertama dalam melakukan uji kecocokan ini ditunjukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *goodness of fit* (GOF) antara data dan model (Wijanto, 2008). *Goodness of fit* merupakan suatu ukuran mengenai ketepatan model dalam menghasilkan observed matriks kovarians. (Ghozali & Fuad, 2012).

Sedangkan menurut Hair *et al.*, (2014) *goodness of fit* (GOF) menunjukkan seberapa baik model yang ditentukan dapat mereproduksi matriks kovarians yang diamati di antara item indikator (yaitu kesamaan kovarians yang diamati dan yang diperkirakan). *Goodness of fit* (GOF) dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok umum yaitu:

### 1. Ukuran Kecocokan Absolut (*Absolute Fit Indices Measures*)

Menurut Hair *et al.*, (2014) ukuran kecocokan absolut menentukan pengukuran mengenai seberapa baik model terhadap data yang diamati atau memberikan penilaian paling dasar tentang seberapa baik teori yang digunakan peneliti cocok dengan data sampel. Berikut adalah beberapa contoh kriteria *Absolute Fit Indices* menurut Hair *et al.*, (2014) yang perlu diperhatikan :

- a. *Chi Square* ( $\chi^2$ ) adalah indeks kecocokan absolut yang paling mendasar dan merupakan satu-satunya statistik yang berdasarkan pada pengukuran kesesuaian SEM.
- b. *Goodness Of fit Index* (GFI) adalah upaya awal yang dilakukan untuk menghasilkan statistik kecocokan yang kurang peka terhadap ukuran sampel. Kisaran nilai GFI yang mungkin adalah 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan model semakin cocok. Nilai  $GFI \geq 0,90$  biasanya dianggap baik.
- c. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) digunakan untuk menggambarkan seberapa baik suatu model cocok dengan populasi dan bukan hanya sampel yang digunakan untuk estimasi.

### 2. Ukuran Kecocokan Inkremental (*Incremental Fit Measures*)

Ukuran kecocokan inkremental merupakan ukuran untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebutkan sebagai *null model* atau *independence model* yang mengasumsikan semua variabel yang diamati tidak berkorelasi (Hair *et al.*,

2014). Berikut adalah beberapa contoh kriteria *Incremental Fit Measures* yang perlu diperhatikan :

- a. *Normed Fit Index* (NFI) adalah ukuran perbandingan antara *proposed model* dan *null model* atau ukuran kesesuaian model dengan basis komparatif terhadap *base line* atau *model null*. *Model null* merupakan suatu model yang menyatakan bahwa antara variabel eksogen yang terdapat dalam model yang diestimasi tidak saling berhubungan.
  - b. *Tucker Lewis Index* (TLI) merupakan indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan *baseline model*. TLI merupakan indeks yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel. TLI digunakan untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat kompleksitas model.
  - c. *Comparative Fit Index* (CFI) merupakan ukuran kesesuaian model berbasis komparatif dengan *model null*. CFI nilainya  $\geq 0,90$  supaya model fit dengan data.
3. Ukuran Kecocokan Parsimoni (*Parsimonious Fit Measures*)
- Ukuran Kecocokan Parsimoni merupakan ukuran kecocokan yang lebih baik dengan model yang lebih sederhana. Dalam hal ini model yang lebih sederhana adalah model dengan perkiraan lebih sedikit jalur parameter (Hair *et al.*, 2014). Sedangkan menurut Ghazali (2013) ukuran kecocokan parsimoni merupakan ukuran untuk melakukan *adjustment* terhadap pengukuran fit untuk dapat diperbandingkan antara model dengan jumlah

koefisien yang berbeda. Berikut adalah beberapa contoh kriteria *Parsimonious Fit Measures* yang perlu diperhatikan :

- a. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI) mencoba untuk memperhitungkan berbagai tingkat kompleksitas model. Itu dilakukan dengan menyesuaikan GFI dengan rasio *degree of freedom* yang digunakan dalam model dengan total *degree of freedom* yang tersedia.
- b. *Parsimony Normed Fit Index* (PNFI) digunakan untuk membandingkan satu model dengan model lain dengan nilai PNFI tertinggi yang paling didukung sehubungan dengan kriteria yang ditangkap oleh indeks ini



Berikut adalah ukuran *Goodness of Fit* menurut Hair *et al.*, (2010)

**Tabel 3.2 Tabel GOF**

FIT INDICES	CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
	N < 250			N > 250		
	m<12	12<m<30	M ≥ 30	m<12	12<m<30	M ≥ 30
Absolute Fit Indices						
Chi-Square (χ <sup>2</sup> )	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected
GFI	GFI > 0.90					
RMSEA	RMSEA <0.08 with CFI≥0.97	RMSEA <0.08 with CFI≥0.95	RMSEA <0.08 with CFI>0.92	RMSEA <0.07 with CFI≥0.97	RMSEA <0.07 with CFI≥0.92	RMSEA <0.07 with RMSEA ≥0.90
SRMR	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI ≥0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI >0.92)	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI >0.92)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI >0.92)
Normed Chi-Square (χ <sup>2</sup> /DF)	(χ <sup>2</sup> /DF)< 3 is very good or 2 ≤ (χ <sup>2</sup> /DF) ≤ 5 is acceptable					
Incremental Fit Indices						
NFI	0 ≤ NFI ≤ 1, model with perfect fit would produce an NFI of 1					
TLI	TLI ≥ 0.97	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI > 0.90
CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI > 0.90
RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥ 0.95	RNI > 0.92	RNI ≥ 0.95, not used with N > 1,000	RNI > 0.92, not used with N > 1,000	RNI > 0.90, not used with N > 1,000
Comparative Fit Indices						
AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit					
PNFI	0 ≤ PNFI ≤ 1, relatively high values represent relatively better fit					

Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups at the same time

Current research suggest a fairly common set of indices perform adequately across a wide range of situations and the researcher need not report all GOF indices because they are often redundant. Multiple fit indices should be used to assess a model's goodness-of-fit and should include:

1. The **χ<sup>2</sup> value** and associated **DF**
2. One absolute fit index (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, **Normed Chi-Square**)
3. One incremental fit index (i.e., **CFI** or TLI)
4. One goodness-of-fit index (i.e., GFI, **CFI**, TLI, etc.)

One badness-of-fit index (**RMSEA**, SRMR, etc.)

Sumber : Hair *et al.*, (2010)

### 3.9.2.3.1.1 Fungsi Masing-Masing Komponen SEM

**Tabel 3.3 Fungsi Masing-Masing Komponen SEM**

Komponen SEM	Fungsi
Uji Kecocokan	Mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau <i>Goodness of Fit</i> (GOF) antara data dengan model.
Uji Kecocokan Absolut	Menentukan derajat prediksi model keseluruhan terhadap korelasi dan kovarian.
Uji Kecocokan Inkremental	Membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar ( <i>independence model</i> ).
Uji Kecocokan Parsimoni	Mendiagnosa apakah kecocokan model telah dicapai melalui <i>over fitting</i> .
Statistik <i>Chi-Square</i> (X <sup>2</sup> )	Untuk menguji seberapa dekat kecocokan antara matrik kovarian.
GFI	Membandingkan model yang dihipotesis dengan tidak ada model sama sekali.
RMSEA	Salah satu indeks informatif dalam SEM.
NNFI	Sarana untuk mengevaluasi faktor analisis.
PNFI	Memperhitungkan banyaknya <i>degree of freedom</i> untuk mencapai suatu tingkat kecocokan.
<i>Normed Chi-Square</i>	Untuk menilai kecocokan model dari berbagai model.

Sumber : Wijanto (2008)

### 3.9.2.3.2 Kecocokan Model Pengukuran (Analisis Model Pengukuran)

Setelah kecocokan model dan data secara keseluruhan adalah baik langkah selanjutnya yaitu evaluasi atau uji kecocokan model pengukuran. Evaluasi ini akan dilakukan terhadap setiap konstruk atau model pengukuran (hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati/indikator) (Wijanto, 2008) secara terpisah melalui :

- a. Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran

Menurut Rigdon *et al.*, (1998) dan Doll *et al.*, (1994) dalam (Wijanto, 2008) suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel lainnya jika muatan faktor standarnya (*standardized factor loadings/SLF*)  $\geq 0,50$  dan nilai t muatan faktornya (*factor loadings*) lebih besar dari nilai kritis atau  $\geq 1,96$

- b. Evaluasi terhadap reliabilitas (*Reliability*) dari model pengukuran

Dalam mengukur reliabilitas dalam SEM menurut Hair *et al.*, (1998) dalam Wijanto (2008) sebuah konstruk dikatakan mempunya reliabilitas yang baik apabila memiliki *Construct Reliability* (CR)  $\geq 0,70$  dan *Variance Extracted* (VE)  $\geq 0.50$  yang dapat dihitung melalui rumus berikut :

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum e_j}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{std. loading}^2}{\sum \text{std. loading}^2 + \sum e_j}$$

Sumber : Hair *et al.*, (2010)

### 3.9.2.3.3 Kecocokan Model Struktural (Analisis Model Struktural)

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien-koefisien yang diestimasi. Tujuan model struktural untuk memastikan hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survey. Dalam hal ini terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Tanda (arah) hubungan antara variabel-variabel laten mengidentifikasi hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan yang dihipotesiskan.
2. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel laten. Batas untuk menerima atau menolak suatu hubungan dengan tingkat signifikan 5% untuk *one-tailed test* adalah 1,65.
3. Koefisien determinasi

Pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varian pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen sehingga semakin baik persamaan struktural.

### 3.10 Tabel Definisi Operasional

**Tabel 3.4 Definisi Operasional**

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Likert Scale	Jurnal Referensi
1	<i>Perceived Organizational Support</i>	<i>Perceived organizational support</i> merupakan persepsi karyawan terhadap perusahaan mengenai sejauh mana perusahaan dapat memberikan dukungan kepada karyawan terhadap kontribusi yang sudah diberikan (Akgunduz & Sanli, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organisasi sangat peduli dengan kesejahteraan hidup saya.</li> <li>2. Organisasi menyediakan bantuan ketika saya memiliki masalah.</li> <li>3. Organisasi sangat memfasilitasi tujuan hidup saya.</li> <li>4. Organisasi berusaha membuat pekerjaan saya semenarik mungkin.</li> <li>5. Organisasi ikut bangga dengan prestasi saya di tempat kerja.</li> <li>6. Organisasi menghargai kontribusi saya untuk meningkatkan kinerja organisasi.</li> </ol>	<i>Likert Scale</i> 1-5	Yilmaz Akgunduz dan Sabahat Ceylin Sanli (2017). <i>The effect of employee advocacy and perceived organizational support on job embeddedness and turnover intention in hotels</i>

2	<i>Positive Relationship at Work</i>	<i>Positive relationship at work</i> berarti hubungan yang memberikan perhatian, persahabatan dan kasih sayang dan memungkinkan individu untuk menggunakan bakat unik mereka di tempat kerja (Madden <i>et al.</i> , 2015).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dalam unit kerja saya, kami saling menjaga satu sama lain.</li> <li>2. Unit kerja saya memaksimalkan bakat yang saya miliki.</li> <li>3. Di unit kerja, saya secara aktif bersedia membantu orang lain.</li> <li>4. Unit kerja saya mengakui hasil kerja yang saya lakukan.</li> <li>5. Tempat kerja saya mempengaruhi saya secara positif (misalnya, para pemimpin bertindak sebagai role model).</li> <li>6. Lingkungan tempat saya bekerja sangat menyenangkan.</li> <li>7. Lingkungan kerja saya, memfasilitasi perkembangan diri saya</li> <li>8. Di tempat kerja, saya menikmati interaksi dengan rekan sekerja dan hal-hal lain yg berhubungan dengan pekerjaan.</li> </ol>	<i>Likert</i>  <i>Scale 1-5</i>	Laura Madden, Blake D. Mathias, Timothy M. Madden, (2015) " <i>In good company: The impact of perceived organizational support and positive relationships at work on turnover intentions</i> ", <i>Management Research Review</i> , Vol. 38 Issue: 3, pp.242-263
---	--------------------------------------	---	--	---------------------------------------	--

3	<i>Turnover Intention</i>	<p><i>Turnover intention</i> merupakan keinginan seseorang untuk tetap tinggal atau meninggalkan organisasinya (Lum et al., 1998 dalam Madden et al., 2015).</p> <p><i>Turnover intention</i> merupakan keinginan karyawan untuk meninggalkan pekerjaan dan organisasi secara sukarela atau untuk mengakhiri kontribusi yang mereka buat untuk organisasi (Akgunduz &amp; Sanli, 2017).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya sering berpikir untuk berhenti dari pekerjaan saya.</li> <li>2. Setelah menemukan pekerjaan yang lebih baik, saya akan pergi.</li> <li>3. Saya serius berpikir untuk berhenti dari pekerjaan saya.</li> <li>4. Saya mungkin akan mencari pekerjaan baru tahun depan.</li> <li>5. Tahun depan, saya kemungkinan akan mencari pekerjaan dengan posisi yang lebih tinggi dari posisi saya yang sekarang.</li> </ol>	<p><i>Likert</i></p> <p><i>Scale 1-5</i></p>	<p>Laura Madden, Blake D. Mathias, Timothy M. Madden, (2015) "<i>In good company: The impact of perceived organizational support and positive relationships at work on turnover intentions</i>", <i>Management Research Review</i>, Vol. 38 Issue: 3, pp.242-263</p> <p>Yilmaz Akgunduz dan Sabahat Ceylin Sanli (2017). <i>The effect of employee advocacy and perceived organizational support on job embeddedness and turnover intention in hotels</i></p>
---	---------------------------	---	---	--	---